

都市型民族文化旅游中的少数民族族群认同问题与可持续发展模式研究

石伟¹

(中山大学 人类学系 广州 510275)

[摘要] 都市型民族文化旅游要做到可持续发展，要注意少数民族族群认同与文化资本的问题。本文首先揭示了都市型民族文化旅游的相关释义，提出了构建可持续发展模式的相关问题和人类学的理论基础，并构建了一种都市型民族文化旅游发展的模式。以此模式为基础，本文提出了可操作性的实践建议。全文以旅游人类学的视角，为都市型民族文化旅游的可持续发展提供了一个建议。

[关键词] 都市型民族文化旅游 族群认同 文化资本 可持续发展

一、研究的问题

1、都市型民族文化旅游的相关释义

民族文化旅游，属于高档次的文化旅游范畴。从总体上看，它是以某一地区的民族文化为基础，通过某种方式或从某种角度对民族文化形式及内涵加以产品化体现，构成为旅游者提供旅游经历的一种吸引物。同时，是旅游者以一定的旅游设施为条件离开自己的居所前往特定的民族区域进行民俗文化消费的一个动态过程的复合体。

都市型民族文化旅游，是指因博览、旅游等经济目的，将各民族的民族建筑、饮食、服饰、娱乐、节庆等物质文化，同时也包括民间艺术和民间风情仿制集中于都市中的大型文化旅游景区或主题公园，它是多角度、多层次地展示少数民族文化的一种旅游，如中国最著名的深圳中华民俗文化村，其提供的旅游产品类型就属于都市型民族文化旅游产品。著名人类学家李亦园先生对这类文化村曾发表过独到的见解。他说：“通俗所说的文化村，在术语上应称为‘模型文化’其意义就是把某一时期或某一族的文化生活状况以‘模型’的方式保存或重建起来，以作为展示；把真实的文化生活状况展示出来大半是不可能的或不易做到的，所以只有以‘模型’来作为替代。”

众所周知，旅游活动最为普遍的情形就是游客到自己不熟悉的地方和人群中

作者简介：

¹石伟（1981—），男，侗族，湖南省通道侗族自治县人，中山大学人类学系博士研究生，研究方向：族群与区域文化、旅游人类学。

去观光和体验，其中必然要发生文化接触与交流等问题。旅游者在民族文化主题公园寻求“他者”的过程中，与各少数民族族群的人交流互动，获得审美和愉悦的体验，并获得美妙回忆、良好感受和丰富阅历的活动。因此，都市型民族文化旅游是旅游者与景区里的少数民族群体的互动而产生的体验经历，其本质上就一个“阅历”的产业。

总之，都市型民族文化旅游活动是以寻求体验为主旨的，少数民族族群本身作为最重要的旅游资源。因此，都市型民族文化旅游要做到可持续发展必须重视景区少数民族员工，即少数民族族群问题。

2、少数民族族群认同与文化资本问题

无论是在旅游中兼顾多种目标的活动，还是以了解不同民族的社会文化为单一性目标的旅游活动都会触及和涉及有关族群理论中的“族群认同”与冲突方面的内容。毕竟，民族文化主题公园中的民族旅游活动充满了不同民族和族群的接触与交流，文化冲突在所难免。

都市型民族文化旅游的族群认同意识和价值很自然地会在游客与景区少数民族族群（少数民族员工）接触与交流当中浮现出来，这一点毋庸置疑。可是它到底是如何表现的呢？这或许才是问题的又键，也是问题的复杂之处。民族旅游包含着两个以上的族群之间的接触与交流，虽然由于时间的限制和交流范围的限制，游客在旅游活动中与少数民族族群的实际接触相对短暂，绝大多数也只浮于表面。所以，景区内少数民族族群群体必定会通过民族形象展示、活动的组织安排、旅游纪念品的生产和制作、商品市场的交换与交易功能来表现自己，“展示民族文化”。

在都市型民族文化旅游景区中，对于文化的移出地或移出民族来说，其意义在于，被移出的文化事象变成了一个民族的符号，文化事象的输出，尽管经济上没给这个民族带来利益可能获得利益的只是被招进民族文化主题公园工作的少数民族员工。一般情况下，主题公园的员工也是从文化输出地引进的，这些员工与其他到沿海打工的农民工不一样。民族员工在主题公园服务和表演，经营者试图体现被迁移至主题公园的文化的真实性或原生性。对被迁移的文化本身来说，尽管只被截取了某此要素，但仍然具有一定的代表性、典型性；它被疏离于民俗生活环境以后，被包装成了一种产品，在一个距离文化原生地遥远的地方展示和销售。作为模拟的、重新建构的民族文化形态，成为了具有一定普遍意义的特殊文化现象。

上述作为模拟的、重新建构的民族文化形态是以族群认同为知识背景和逻辑依据的，在这里少数民族族群会把自己的“民族文化”作为一种“资本”来进行交换。这样贸然把自己的特色拿去作金钱交换，事实上是无法使这种交换长时

间地继续下去的。因为，这对于少数民族群体的组群认同具有一定的负面影响。因此，无论如何，在实行民族旅游的行为的过程中，族群认同的问题需要得到格外提醒。

二、研究的理论基础

本文从以下两种文化人类学理论为基础进行分析：

1、族群认同

族群 (Ethnic group)，是指在一个较大的文化和社会体系中具有自身文化特质的一种群体；其中最显著的特质就是这一群体的宗教的、语言的特征，以及其成员或祖先所具有的体质的、民族的、地理的起源。

学者认为族群认同是“社会成员对自己族群归属的认知和感情依附。”任何族群离开文化都不能存在，族群认同总是通过一系列的文化要素表现出来，族群认同是以文化认同为基础的，因此这些文化要素基本上等同于族群构成中的客观因素。共同的文化渊源是族群的基础，族群是建立在一个共同文化渊源上的。族群组织经常强调共同的继嗣和血缘，这样由于共同的祖先、历史和文化渊源而容易形成凝聚力强的群体。经常，社会科学家们认为这是群体中个人认同最重要的，也是其基本的社会身份。同时文化渊源又是重要的族群边界和维持族群边界的要素。^[1]

2、文化资本

布迪厄在《资本的形式》一文中，通过对资本范畴的进一步研究，第一次完整地阐述了文化资本的基本概念，提出了自己的文化资本理论。按照布迪厄对文化资本的界定，文化资本就是文化活动场域积累的劳动，换言之，简洁地定义文化资本，可以说文化资本就是文化形式的资本。

在布迪厄的眼中，文化资本存在着三种基本形式：“①具体的状态，以精神和身体的持久性情的形式；②客观的状态，以文化商品（图片、书籍、词典、工具等等）的形式，这些商品是理论留下的痕迹或理论的具体显现，或是对这些理论、问题的批判等等；③体制的状态，以一种客观化的形式，这一形式必须被区别对待，因为这种形式赋予文化资本一种完全是原始性的资产，而文化资本正是受到了这笔财产的庇护。”

对民族文化的资本化利用会强化族群认同，都市型民族文化旅游在生产和文化展示中，少数民族族群认同得到有意识地重构。

三、都市型民族文化旅游可持续发展模式的构建

人类学的理论和方法应用到都市型民族文化旅游开发研究上，主要有两项重

要的工作要做，一是采用人类学研究方法中被称为“影响分析”的方法，将政治、经济、社会、文化、环境等相关因素都放在一起考虑，对旅游开发后可能出现的文化影响进行评估与分析；二是将文化发展目标融入旅游开发中，提出在旅游开发中对旅游的文化影响进行监督和调控的一般方法。

给具有丰富文化内涵的都市型民族文化旅游的开发研究确定一个分析模型，是研究其可持续性发展问题的重要前提。

本文在对文化人类学理论综合研究的基础上，根据旅游业的特征和民族文化旅游发展的特征，对都市型民族文化旅游的可持续发展模式进行构建，应该可以概括为以下模式，具体如图 1。

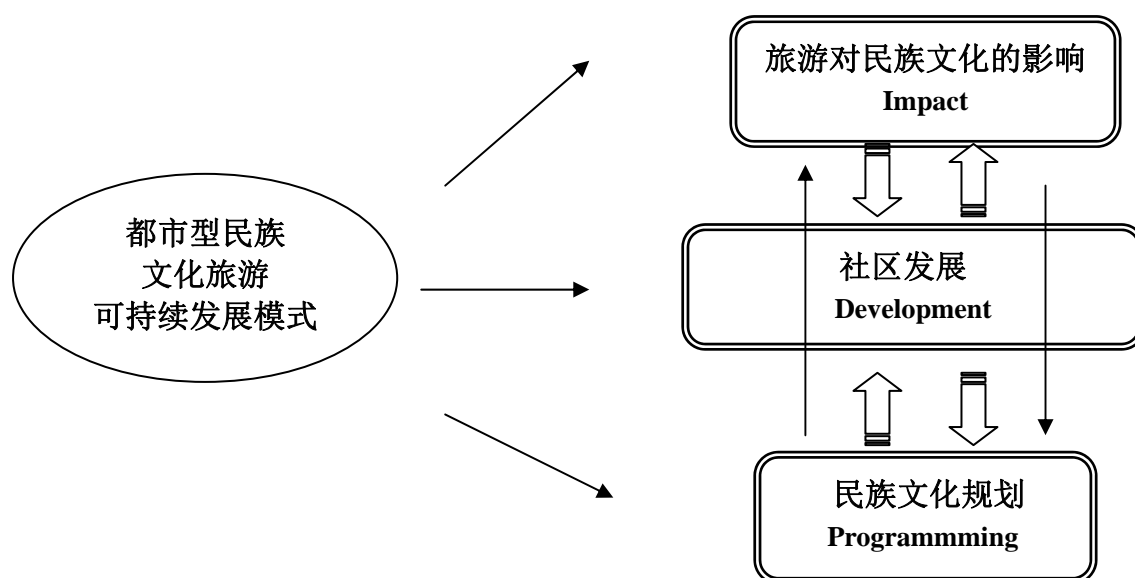


图 1：都市型民族文化旅游可持续发展的 IDP 分析模式

四、可持续发展模式的实证应用

1、旅游对民族文化的影响分析（Impact）

（1）作用

旅游，尤其是在中国少数民族各族群旅游，通过具有民族文化历史价值的人文旅游景观的再现和重组，展示了少数民族族群自身文化智慧和创造力，重新唤醒了本民族成员的历史记忆，增强了内聚力和自信心以及民族自豪感。大量游客纷至沓来，其主要目的就是为了要了解该民族的文化，这无形之中会给少数民族族群一个深刻的印象，就是自己的民族文化很具有特色和吸引力；如果自己不加珍视和保护，使之发扬光大，游客就不会再来。同时，也使得主流文化群体的游客在民族旅游中获得对少数民族文化的新的认知和再认识，由此对这些长期游离于主流文化之外的“边缘群体文化”在小同程度上重新得到肯定和新的评价。

总之，在这一过程中，旅游推动着各民族传统文化的复兴和民族身份、民族精神的再建构并得以不断的展现。

另外，每一个民族和族群都在旅游大潮中开始重新塑造自我形象，强化族群认同。与游客的接触往往会唤起少数族群对于自身的认识，还会加强他们对于自身身份及自我表述的关注。当他们已不再是被动的“旅游受众”而成为旅游过程中的代理人时，他们开始积极寻求对他们民族身份的定义。虽然民族身份似乎是继承的，但民族身份在不同的背景下可能会发生变化。都市型民族文化旅游的开发所关注的是“民族文化”的形象包装及其对外来游客的消费吸引，而引出的结果却是族群的身份重新塑造及其族群意识的重新唤醒、乃至消费者与被消费者彼此间互为依存的差异需求。各个族群自身的文化身份，需要在互相区别与彼此交往的互动过程中，既维持现有的边界同时又对其中不尽如人意的局限加以克服。

（2）负面影响

另一方面，也存在着不可避免负面影响问题：

首先，为了迎合游客的旅游动机和心理需求，少数民族族群会在民族传统文化的基础上人为地加以改造，他们会不失时机地“装点”自己，这些经过精心“装扮”的形象被报到“前台”给游客观看。这些活动的举行主要是为了迎合游客的“口味”，却并不代表真正民族文化的“真实性”（authenticity）。按照麦克内尔的说法，是一种“舞台的真实”。这对民族文化内部独立的传承机制在某种意义上未必是一件好事。另外，旅游的发展还会加速少数民族族群文化的内部产生两种分化。一部分是给游客“看”的部分，另一部分是族群内部遵照执行的部分。

2、社区发展（Development）

（1）旅游社区的发展

都市型民族文化旅游景区就是一个旅游社区，其有一定的地理区域，有一定数量的景区人口（少数民族员工），景区内的少数民族族群之间有共同的意识和利益，并有着较密切的社会交往。

其作为一个社区，社区的良好发展对于景区的可持续发展具有重要的推动作用。社区发展，是指居民、政府和有关政府的社会组织整合社区资源、发现和解决社区问题、改善社区环境、提高社区生活质量的过程，是塑造居民社区归属感（社区认同感）和共同体意识、加强社区参与、培育互助与自治精神的过程，是增强社区成员凝聚力、确立新型和谐人际关系的过程，也是推动社会全面进步的过程。^[2]

（2）发展途径

因此，对于都市型民族文化旅游社区的发展，有以下相关发展途径

1) 社区内少数民族族群作为旅游资源的拥有者，同时又作为重要的人文旅游资源，应该充分尊重其在旅游发展中的地位和作用。

要强调少数民族族群在社区旅游开发中的参与。必须充分考虑作为社区旅游资源拥有者的社区少数民族族群的切身利益，让少数民族族群参与旅游发展决策，通过参与而享受到经济、社会等各方面的利益。加强对少数民族族群参与旅游发展的水平的培训，提高他们的决策能力，族群认同意识和旅游的可持续发展意识。由于社区的旅游资源是“公共物品”，在参与过程中，要能充分考虑社区的弱势群体的权益，使妇女、老人及其他弱势群体能通过对“公共物品”的使用，从中受益。

2) 建立旅游发展服务机构，加强对少数民族族群的教育和培训，提高人力资源的价值。都市型民族文化旅游社区发展，不同于工业社区和其他高科技旅游社区的发展。因而，有必要成立旅游发展服务机构，为这些弱势群体提供咨询和培训服务，提高他们的素质和决策能力，以提高其人力资源的价值，增强造血功能。

3) 教育游客正确对待和尊重少数民族族群文化，使社区少数民族族群增强民族文化的自豪感和民族自信心；同时要教育少数民族族群正确对待异地文化，减少异地文化对社区民族文化的冲击。

3、民族文化发展规划 (Programming)

人类学家萨林斯对传统文化的前途持非常乐观的态度，认为传统与变迁、习俗与理性并不对立。“在某种程度上，全球化的同质性与地方差异性同步发展的，后者无非是在土著文化的自主性这样的名义下做出的对前者的反应。” [3] 这种文化自觉，就是不同的民族要求在世界文化次序中得到自己发展的空间。地方传统文化对现代文化的价值可以消除传统文化与现代文化的冲突。因此，对于少数民族来说，我们应该做的不是弥补缺失的文化，而是在强调民族文化的变迁、发展和追赶现代的同时，保护丰富多彩的民族文化。

从民族旅游发展的角度看，所谓的“保护下开发”的文化开发实际上使特定的民族、群体永远成为强势群体的“文化玩赏物”。对于少数民族来说，这就意味着剥夺了其民族文化的发展权利，意味着弱势文化将永远是强势文化的“附属物”，意味着可持续发展是在强、弱定格的前提下的可持续发展。因此，从民族文化发展的角度出发，从民族文化发展的立场出发，少数民族族群的民族文化旅游应该采取“开发中保护”的文化开发战略。

综上所述，对于发展中的都市型民族文化旅游景区，要制定一套民族文化发展规划，有步骤地利用旅游业的开发来保护民族的文化，这不失为一条有效的途径。图2提供了一个关于社会文化规划结构。

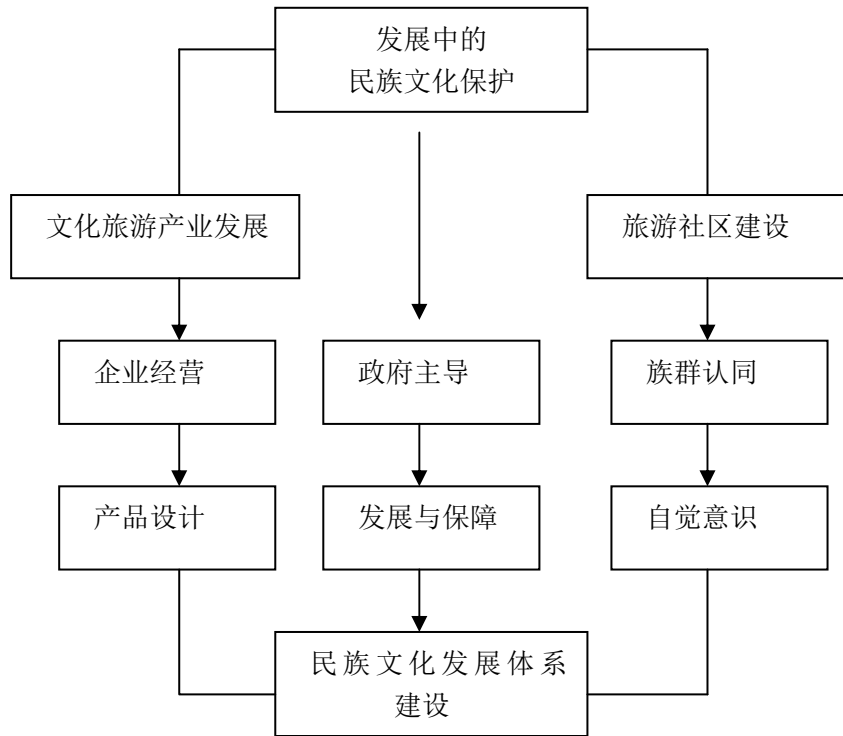


图 2：民族文化发展规划结构图

参考文献：

- [1] 周大鸣. 论族群与族群关系[J].广西民族学院学报(哲学社会科学版), 2001, 23(2):14-20.
- [2] 徐永祥. 社区发展论[M].上海: 华东理工大学出版社, 2001: 5.
- [3] [美]马歇尔.萨林斯著, 赵旭东译.什么是人类学的启蒙[A], 见马戎, 周星主编.21 世纪: 文化自觉与跨文化对话[M].北京: 北京大学出版社, 2001: 102.